

Литература

1. Гусакова Л.И. Визуальные коммуникации. Элементы информативной экотуристической среды / Л.И. Гусакова // Гуманитарные научные исследования. – 2013. – №5. – URL: <http://human.snauka.ru/2013/05/3119>
2. Запоточный Е. «Визуальной коммуникации – важный элемент городской среды» / Е. Запоточный // Публичные статьи на smd.mirtesen.ru. – URL: <http://smd.mirtesen.ru/blog/43245905582/Evgeniy-Zapotochniy>
3. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации / В.Б. Кашкин. – URL: <http://kachkine.narod.ru/CommTheory/1/WebComm1.htm>.
4. Розенсон И.А. Основы теории дизайна / И.А. Розенсон. – Питер, 2003. – 256 с.
5. Студия Артемия Лебедева. Фирменный стиль Центрального парка им. Горького / Студия Артемия Лебедева. – URL: <http://www.artlebedev.ru/everything/gorky-park/identity/>
6. «ТелеФОМ» – телефонный опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 29 сентября 2013. 1000 респондентов. По заказу ИнФОМ / ТелеФОМ // Фонд Общественное Мнение на fom.ru. – URL: <http://fom.ru/Rabota-idom/11131>.

ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕДИА В СОЦИАЛЬНОМ ПОЗНАНИИ: О РАЗРАБОТКЕ УЧЕБНОГО КУРСА

Круткин Виктор Леонидович

доктор философских наук, профессор,

Удмуртский государственный университет, Россия, г. Ижевск

e-mail: krutkin1@yandex.ru

Аннотация. Визуальные медиа сегодня играют центральную роль в массовой коммуникации, они все больше и больше проникают в социальные науки. Медиа как средство и среда приводят к образам, где в уникальной форме хранятся многослойные смыслы, открытые для исследователей. Создание визуальных документов – это инструмент для общения специалистов в различных отраслях знаний. Работа с изображениями является идеальным средством для обучения анализу социальных и культурных процессов.

Ключевые слова: медиа, визуальная антропология, визуальная социология, фотография, событие фотографирования, мимезис, семиозис.

Социальные науки по-разному относятся к использованию образов: в истории и антропологии их плодотворно используют, тогда как экономика и политология обходятся без них. Приводя этот пример, Г. Беккер замечает, что социология сегодня как будто размышляет над выбором – в какую сторону ей развиваться дальше [20].

Сегодня выражение «визуальная социология» становится привычным, как ранее стало привычным выражение «визуальная антропология». Расширение предметных полей наук может осуществляться по-разному, но этот процесс должен сопровождаться критической рефлексией. Важна в этой связи задача разработки учебного курса, который предполагал бы знакомство с устройством медийного мира, основными формами вхождения оптических медиа в социальные исследования, рассмотрение их возможностей и границ в социальном познании. Возможны два направления для научной работы. Во-первых, можно использовать образы для исследования какого-то фрагмента социальной жизни, во-вторых, можно исследовать то, как люди используют образы.

Учебный курс «Оптические медиа» включает в себя как лекционную, так и практическую часть. Он рассчитан на студентов старших курсов, обучающихся по специальностям: социология, антропология, этнология, журналистика, дизайн, культурология. Форма занятий: лекции, семинары, обсуждение проектов.

Основные темы курса:

1. Зрение в мире медиа. Онтологический, лингвистический, визуальный, медийный повороты культуры.
2. Субъекты фотографического опыта.
3. Визуальная антропология.
4. Визуальная социология.
5. Фотография в исследовательском интервью.
6. Мимезис и семиозис – образ и знак.
7. Что мы анализируем, когда анализируем фотографию. От анализа фотографии к фотографии как анализу.
8. Основные парадигмы, на которые опираются визуальные исследования в социальных науках.

Зрение в мире медиа. Онтологический, лингвистический, визуальный, медийный повороты культуры. Теории восприятия до и после феноменологии. Традиционные и техногенные образы [2].

О фотографии обычно говорят как об изображении или образе, но ясно, что это не одно и то же. Если образ – это представление, то изображение – это уже представление представления, это визуальная репрезентация образа на какой-то поверхности. Медиа как средство и среда. Медиафундаментализм и его разновидности. Связь медиа, образа и телесности. Связь медиа с речью и эмоциональным опытом. В медиа не просто сохраняется информация: здесь сталкиваются ожидания человека и возможности предмета или его изображения [12].

Субъекты фотографического опыта. К Р. Барту восходит описание трех фигур, вовлеченных в фотографический опыт. Это Operator – тот, кто снимает; Spectrum – тот, кто изображен; Spektator – тот, кто рассматривает [1, с. 19]. Если умение фотографировать или любовь фотографироваться не является всеобщим уделом, то рассматривания фотографий не может избежать никто. Обращает на себя внимание еще одна фигура, назовем ее Demonstrator – это тот, кто показывает снимки [6, с. 43–60]. Бывает так, что эта фигура берет верх над рассматривающим, это случается когда демонстратор присваивает себе право монополю говорить о снимках. Изображения же станут рассматриваться как менее надежные медиа, нежели слова. Лингвистический уклон в понимании культуры опривычивается исследователями, но ровно до той поры, пока не приходит время нового поворота. Если мы вводим так или иначе «демонстратора», то должны брать изображения вместе с речью по их поводу. Но С. Зонтаг напоминает нам о том, что «фотография фактически вынудила нас расстаться с платоновским пониманием реальности. У нас все меньше и меньше оснований размышлять о нашем опыте, проводя различия между образом и вещью, между копией и оригиналом. ...Изображения более реальны, чем можно было вообразить» [7, с. 234].

Визуальная антропология. Джей Руби, известный теоретик визуальной антропологии, писал, что «снимать антропологическое кино может только антрополог» [6, с. 308–412]. Почему его призыву никто не последовал? Визуальная антропология Р. Флаэрти, Д. Макдугалла, Ж. Руша [26]. Гуманитарное и социальное знание в визуальной антропологии [11, с. 182–196].

Этнография и кинематограф возникают примерно в одно и то же время, Анна Гримшоу считает, что с антропологией А.С. Хэддона соотносятся фильмы Люмьеров; с функционализмом Б. Малиновского перекликаются фильмы Р. Флаэрти; с антропологией У.Х.Р. Риверса соотносятся фильмы Д.У. Гриффита и Д. Вертова; к антропологии А.Р. Рэдклиф-Брауна близок английский документалист Д. Гирсон [25, р. 37]. Антропологические идеи Пьера Бурдьё о чувственных аспектах социального ландшафта перекликаются с фильмами Ж. Руша, Д. МакДугалла, Г. Килдея [9, 10, 11].

Визуальная социология. Программа П. Штомпки. Верно ли, что фотографии «ближе» к социальной реальности, нежели чем тексты [19]? Как убедиться, «что мы находимся на территории реальной социологии, а не просто заняты интересными картинками» [20, р. 16]?

Визуальная социология, как и антропология, не выступает альтернативой «словесной» науке. На волне «визуального поворота в культуре» выходит немало работ, в которых используется выражение «визуальные методы познания». Но здесь мы находим не столько новые методы, сколько новые медиа, здесь мы видим, как привычные качественные методы (наблюдение, интервью, контент-анализ и т. д.) могут приводить к интересным результатам за счет привлечения новых оптических медиа [12].

Фотография в исследовательском интервью. Д. и М. Коллиеры: «Фотографии в интервью выполняют роль третьей стороны. Мы задаем вопросы о фотографии и информант становится нашим помощником в поиске ответа на эти вопросы. Мы исследуем фотографии вместе» [23, р. 105].

Д. Харпер ввел понятие photo-elicitation (фото-выявление) – это прием, который основывается на простой идее: «помещать фотографию в исследовательское интервью» [18].

Оптимисты и пессимисты в оценке возможностей фотографии в социальном познании. Обычно фотографические изображения людей, как отмечает Ричард Челфен, обобщенно отвечают на вопрос: «Как они выглядели?». Этот вопрос и прост, и сложен, здесь возможны два суждения. «Первое может быть понято – как эти люди предстают перед нами. Что мы находим как наблюдатели,

когда оцениваем индивидов или группу людей, через внешние проявления материальной культуры и видимых качеств. Второе может быть понято – как эти индивиды или группы смотрят на мир, как видят и понимают жизнь вокруг» [22, р. 143].

Повседневная жизнь каждого из нас идет по множеству сценариев, и существует великое число моделей – стереотипов, которым люди пытаются следовать. Важным является не то, насколько люди приближаются к этим идеализациям, но то, что они к этому стремятся [15]. Домашняя фотография, изображая «Другое бытие», выполняет роль такого «идеализатора» поведения [24, р. 24]. Как отмечал П. Бурдьё, «самая непритязательная фотография выражает – помимо явных интенций того, кто ее снял, – систему схем восприятия, мыслей и оценок, общую для группы в целом» [5, с. 23]. Социологическая информация фоторепортажа делается доступной через речи сообщества, где изображения циркулируют [13, с. 65–76].

Семиотическое и миметическое в фотографии. Мимезис – процесс, приводящий к образу, семиозис – процесс, приводящий к знаку. Смысл снимка зависит не от объекта X или Y, который попал в кадр. По словам Д. Бёрджера, он зависит от момента времени X или Y, когда кнопка была нажата оператором [21]. Глядя в видоискатель, фотограф ожидает момент, когда картинка станет похожей на то, что он о ней думает. Он думает изображениями. Обнаруживается, что возникающее значение фотографии не является окончательным, оно зависит от аудиторий. Над последним обстоятельством фотограф уже не властен. Но то, что он уже сделал перед этим, вполне можно назвать фотографическим анализом реальности. Движение, жест и изображение в опыте осмысления мира [3].

Что мы анализируем, когда анализируем фотографию? Идеи Говарда Беккера о связи социологии и фотожурналистики. Рассматривая американскую фотожурналистику 30–60 гг., Г. Беккер отмечал, что репортеры стремились не только показать те стороны жизни, какие были публике недоступны, но и такие, о которых публика не хотела бы знать вовсе. Именно с подачи репортеров в американскую социологию, например, пришли тревожные темы расовой напряженности, молодежных субкультур, мигрантов, наркотиков, детского труда и т. д. [20]

По словам Г. Беккера, хорошие снимки устроены так, что в них содержатся правила их рассматривания. Методология «секвенциального анализа» фотографии, предложенной социологом Розвигтой Брекнер [4, с. 13–32]. О границах этого подхода [12, с. 114–128]. Социальные взаимодействия – это не только то, что изображено на снимке, это и то, что возникает при его рассматривании.

Реформаторский посыл в фотожурналистике и в социальных исследованиях [13].

Основные парадигмы, на которые опираются визуальные исследования в социальных науках. Ключевые авторы 80-х гг. в исследованиях оптических медиа: Р. Барт, С. Зонтаг, Д. Бёрджер, П. Бурдье, М. Маклюэн. Парадигмы «репрезентативного подхода» и «нерепрезентативной теории».

Различия в оценке визуального поворота. Иконология Э. Панофского и новая иконология У. Митчелла [16], Х. Бойма, Х. Бельтинга, К. Мокси [14].

Различия оценок техногенных изображений в исследованиях Фридриха Киттлера и Марка Хансона.

Ф. Киттлер, опираясь на идеи Ж. Деррида, Ж. Бодриера, П. Бурдье, считает, что цифровые технологии окончательно скомпрометировали стремление человека хоть что-то увидеть. Закончилась эпоха зримости мира – вывод Ф. Киттлера [8, с. 32–37].

М. Хансон, отталкиваясь от работ В. Бенямина, А. Бергсона, Ж. Делеза, считает, что новые технологии действительно многое меняют в устройении опыта. Но техническое воздействие делает опыт субъективности более полным и интенсивным, а переживание самой жизни становится более интимным [17, с. 75]. Зримость осуществляется не одной оптической информацией, она пронизана аффективными или эмоциональными составляющими. Поэтому есть основание предположить, что зримость мира формируется не столько властью взгляда, сколько силой широко понятой чувственности, телесной активности, которую не отменяют посредники, сегодня представленные цифровыми технологиями.

Литература

1. Барт Р. *Camera lucida*. Комментарий к фотографии / Р. Барт; пер. с фр., послесловие и комментарии М. Рыклина. – М.: Ad Marginem, 1997. – 223 с.
2. Бергер Дж. Искусство видеть / Дж. Бергер; пер. с англ. Е. Шраги. – СПб.: Клаудберри, 2012. – 184 с.
3. Бёрджер Д. Блокнот Бенто. Как зарождается импульс что-нибудь нарисовать / Д. Бёрджер. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2012. – 108 с.
4. Брекнер Р. Изображенное тело. Методика анализа фотографии / Р. Брекнер // Интеракция. Интервью. Интерпретация. – 2007. – №4. – С. 13–32.
5. Бурдые П. Общедоступное искусство: опыт о социальном использовании фотографии / П. Бурдые, Л. Болтански, Р. Кагель, Ж. Шамбердон; пер. Б.М. Скуратова. – М.: Издательская и консалтинговая группа «Практис», 2014. – 456 с.
6. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: сб. науч. ст. / под ред. Е. Ярской-Смирновой, В. Романова, В. Круткина. – Саратов: Научная книга, 2007. – 528 с.
7. Зонтаг С. О фотографии / С. Зонтаг; пер. В.П. Голышева. – М.: Ad Marginem press, 2013. – 272 с.
8. Киттлер Ф. Оптические медиа: Берлинские лекции 1999 г. / Ф. Киттлер; пер. с нем. О. Никифорова и Б. Скуратова. – М.: Логос; Гнозис, 2009. – 272 с.
9. Комов И.С. Гари Килдеа: «Закон Кориама» – фильм о людях и идеях / И.С. Комов, В.Л. Круткин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2009. – Т. XII. – № 3. – С. 204–209.
10. Комов И.С. Социальная эстетика и визуальная антропология в фильме Д. МакДугалла «Возраст разума» / И.С. Комов, В.Л. Круткин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2007. – Т. X. – № 4. – С. 178–185.
11. Круткин В.Л. Визуальная антропология и «Безумные господа» Жана Руша / В.Л. Круткин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. XVI. – № 1 (66). – С. 182–196.
12. Круткин В.Л. Техногенные изображения в социальном познании / В.Л. Круткин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. – Т. XV. – № 2. – С. 114–128.
13. Круткин В.Л. Фоторепортаж как источник социологической информации / В.Л. Круткин // Социологические исследования (СОЦИС). – 2012. – № 3. – С. 65–76.

14. Круткин В.Л. Кит Мокси: О визуальных исследованиях и иконическом повороте / В.Л. Круткин // Вестник Удмуртского университета. – 2011. – № 3–2. – С. 30–36.
15. Круткин В.Л. Антропологический смысл фотографий семейного альбома / В.Л. Круткин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2005. – Т. VIII. – №1. – С. 171–178.
16. Митчелл У. Визуальных медиа не существует / У. Митчелл // Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. – С. 128–143.
17. Хансен М. Время аффекта, или свидетельство жизни / М. Хансен // Медиа: между магией и технологией / под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014. – С. 67–127.
18. Харпер Д. Фотовывявление: истоки, развитие, темы и формы / Д. Харпер / пер. с англ. и вступительное слово Н.М. Богдановой // Социологический журнал (СОЦИС). – 2013. – № 2. – С. 16–42.
19. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. – М.: Логос, 2007. – 168 с.
20. Becker Howard S. Visual Sociology, Documentary Photography, and Photojournalism: It's (Almost) All a Matter of Context / H. Becker. – URL: <http://home.earthlink.net/~hsbecker/>.
21. Berger J. Understanding a Photograph / J. Berger. – URL: http://www.macobo.com/essays/epdf/berger_understanding_a_photograph.pdf
22. Chalfen R. Snapshots "r" us: the evidentiary problematic of home media / R. Chalfen // Visual Studies, Vol. 17. – 2002. – No. 2. – pp. 141 – 149.
23. Collier John Jr. and M. Visual Anthropology: Photography as a Research Method (revised and expanded) / J. and M. Collier. – Albuquerque: University of New/Mexico Press, 1986. – 248 p.
24. Grady J. Working with visible evidence: an invitation and some practical advice / J. Grady // Picturing the Social Landscape: Visual Methods and the Sociological Imagination. – London: Routledge, 2004. – pp. 18 – 31.
25. Grimshaw A. The eye in the door: anthropology, film and the exploration of interior space / A. Grimshaw // Rethinking visual anthropology / edit by Marcus Banks and Howard Morphy. – Yale University. Wiltshire, 1999. – P. 37.
26. Hockings Paul Principles of Visual Anthropology. – The Hague: Mouton Publishers, 1975.